



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**PENGARUH MOTIVASI DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK LUCKY STRIKE
DI KOTA PADANG**

Oleh :

GOETHE SALAMUN
03 156 057

Mahasiswa Program Strata Satu (S - 1) Jurusan Manajemen

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

PADANG

2009

	No Alumni Universitas:	GOETHE SALAMUN	No Alumni Fakultas:
<p align="center">BIODATA</p> <p>a). Tempat/Tgl Lahir : Padang, 18 September 1985, b). Nama Orang Tua : Salmantos dan Elly Zuraida, c). Fakultas : Ekonomi Program S-1 Reguler Mandiri, d). Jurusan : Manajemen, e). No.BP : 03156057 f). Tanggal Lulus : 10 November 2009, g). Prediker lulus : Memuaskan, h). Lama Studi : 6 tahun 3 bulan, i). Alamat Orang Tua : Jln. Utama Inanta no.4 Alai, Parak Kopi, Padang</p>			

**PENGARUH MOTIVASI DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK LUCKY STRIKE
DI KOTA PADANG**

Skripsi S1 Oleh **Goethe Salamun**, Pembimbing : **Suziana, SE, MM**

Abstrak

Dalam skripsi ini membahas tentang pengaruh motivasi dan persepsi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian Rokok Lucky Strike yang dilaksanakan pada bulan April 2009 sampai Oktober 2009 dengan ruang lingkup kota Padang. Dimana tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara bersama – sama (motivasi dan persepsi) terhadap keputusan pembelian Rokok Lucky Strike. Penelitian ini menggunakan metode analisa kualitatif dan kuantitatif, dimana data yang didapat dibandingkan antara kondisi yang nyata dengan kondisi yang ideal dengan menggunakan literatur – literatur yang ada. Untuk metode kuantitatif, data yang didapat berupa angka yang diolah ke dalam formula statistik. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel motivasi dan persepsi terhadap pengambilan keputusan pembelian Rokok Lucky Strike. Dimana variabel motivasi yang paling signifikan pengaruhnya, yaitu sebesar 6.361 atau 63,61%.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 10 November 2009, dengan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Suziana, SE, MM	Yanti, SE, MM	Meilini Malik, SE,MM

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, MSi**
NIP. 132 164 008

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas / Universitas	
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia usaha belakangan ini sangatlah ketat seiring dengan semakin meningkat dan berkembangnya dunia industri. Dengan bertambahnya jumlah industri yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan setiap konsumen, baik dalam bentuk barang maupun jasa. Pemerintah mempunyai peranan yang sangat efektif dalam melaksanakan pembangunan ekonomi, yakni bertekad untuk mendorong dan memajukan industrialisasi. Mereka yakin akan dapat menaikkan taraf hidup rakyatnya.

Salah satu sub sektor industri yang mengalami perkembangan yang cukup tinggi adalah industri rokok. Perkembangan industri rokok memperlihatkan pertumbuhan yang pesat sekali, baik dari segi jumlah produk yang dihasilkan maupun dari jumlah produsennya. Hal ini dapat diketahui dengan munculnya berbagai produsen rokok, seperti Gudang Garam, Djarum, Sampoerna, British American Tobacco (BAT), Philip Morris dan lain sebagainya.

PT. British American Tobacco (BAT) adalah salah satu produsen rokok yang menghasilkan berbagai jenis rokok seperti : Lucky Strike, Comondor, Dunhill, Ardath, dan Kansas. Lucky Strike merupakan salah satu produk unggulan dari PT British American Tobacco (BAT) yang cukup diminati oleh masyarakat di Kota Padang.

Berdasarkan pengamatan penulis, kota Padang dapat dijadikan salah satu peluang pasar yang cukup besar bagi produk rokok ini dimana penduduk yang ada

di kota Padang ini terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Secara umum penduduk yang paling potensial terhadap pembelian produk rokok ini adalah berumur antara 20 – 44 tahun. Kriteria ini ditetapkan karena dengan anggapan bahwa penduduk pada usia tersebut tergolong pada penduduk usia produktif. Selain itu berdasarkan yang disampaikan oleh bagian pemasaran PT. British American Tobacco (BAT) ini bahwa segmentasi dari rokok Lucky Strike ini adalah para kaum muda yang produktif.

Untuk memperkirakan bagaimana potensi penjualan rokok Lucky Strike di kota Padang dapat kita lihat pada tabel perkembangan jumlah penduduk usia 20 – 44 tahun di bawah ini

Tabel 1.1.
Perkembangan Jumlah Penduduk Laki-Laki Usia 20 – 44 Tahun
Di Kota Padang(Orang)

Tahun	Jumlah	Perkembangan	
		(+/-) *	Persentase (%)
2004	158.358	–	–
2005	140.868	- 17.490	11,04
2006	162.015	+ 21.147	15,01
2007	148.485	- 13.870	8,56
2008	167.420	+ 16.935	11,40

Sumber: Biro Pusat Statistik

* Banyaknya pertambahan atau penurunan jumlah penduduk dari tahun ke tahun.

Pada tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa pada tahun 2005 terjadi penurunan jumlah penduduk laki – laki usia 20 – 44 sebanyak 11.04 % yaitu sebanyak 17.490 orang dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2004, kemudian terjadi kenaikan pada tahun 2006 sebanyak 15.01 % yakni sebanyak 21.147 orang dari tahun 2001 kemudian terjadi penurunan lagi pada tahun 2007 sebanyak 8.56 % yaitu

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab terdahulu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,358. hal ini disimpulkan bahwa pengaruh antara Motivasi dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Membeli Konsumen terhadap rokok Lucky Strike di Kota Padang adalah sebesar 35,8%. Sedangkan 64,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain seperti brand loyalty, kemasan, karakteristik individu dan lain sebagainya.
2. Berdasarkan hasil analisa di atas, apabila analisis dilakukan dengan uji T untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel maka dapat diperoleh, variable *motivasi(X1)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian artinya semakin baik variabel *motivasi(X1)* akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian Lucky Strike. Sedangkan variabel *persepsi(X2)* memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Melalui uji ANOVA atau uji F didapat nilai F hitung sebesar 27.001 dengan tingkat signifikansi 0,000. Arti hasil uji F ini menunjukkan bahwa nilai tersebut jauh lebih kecil dibandingkan dengan 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *motivasi dan persepsi secara simultan dan bersama-sama* mampu mempengaruhi variabel keputusan pembelian rokok Lucky Strike.

DAFTAR PUSTAKA

- Craven, W. David. 1996, **Pemasaran Strategis**. Alih Bahasa Lina Salim, MBA Jilid 1, Edisi ke empat, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Nugroho J. Setiadi, SE., MM. 2008. **Perilaku Konsumen: Konsep dan implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran**, Kencana, Jakarta.
- Simamora, Bilson, 2002, **Panduan Riset Perilaku Konsumen**, Penerbit Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary, 1996, **Dasar-Dasar Permasaran**, edisi bahasa Indonesia, Alih Bahasa Alexander sindoro, edisi 7c, prenhalindo, Jakarta.
- _____, 1997, **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Edisi 3, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- _____, 1997, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Bahasa Indonesia, Alih Bahasa Hendra Teguh, Reni Antonius Rusli, Edisi 9, Jilid 2, Prenhalindo Jakarta.
- _____, 2001, **Manajemen Pemasaran Analisis dan Perencana Pengendalian Edisi Milenium**, Jilid 1 dan II, Edisi Baru, Penerbit PT. Salemba Empat, Jakarta
- Mayer, Mowen dan Mkinor Kent, 1998, **Analisis Perilaku Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi**, Edisi Terjemahan Rieneka Chipta, Jakarta.
- John C. Mowen & Michael Minor. 2002. **Perilaku Konsumen**. Erlangga. Jakarta.
- Swasta, Basu, DH, MBA, 1998, **Manajemen Pemasaran Modern**, Cetakan Ke-Enam, Liberty, Yogyakarta.
- Stoner, James, A.F dan R. Edward Freeman. 1994. **Manajemen Jilid 2**. Jakarta : Intermedia.
- Stanton, W.J, 1989, **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Erlangga, Jakarta.
- Schiffman, L.G & Kanuk, L.L., 1997, **Marketing Analysis Edisi Terjemahan**, Cetakan Ketiga, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Swastha, Basu, 1997, **Azaz-Azaz Marketing**, Edisi kedua, Liberty, Yogyakarta.